

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI
KONSUMEN KUE DI MALANG
(Studi Perilaku Konsumen Makobu Cake)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Derajat Gelar S-1
Program Studi Ekonomi Syariah**



Oleh:

AULIYAAUL HIKMAH FITROTULLAILY

NIM : 201410510311102

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI
KONSUMEN KUE DI MALANG
(Studi Perilaku Konsumen Makobu Cake)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Derajat Gelar S-1
Program Studi Ekonomi Syariah**



**Disusun oleh :
AULIYAAUL HIKMAH FITROTULLAILY
NIM : 201410510311102**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN KUE DI MALANG (Studi Perilaku Konsumen Makobu Cake)

AULIYAAUL HIKMAH FITROTULLAULY
201410540311402

Telah disetujui
Pada hari/tanggal, Sabtu/ 6 Oktober 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

Yunan Syaifulloh, S.E., M.Sc

Rahmød Hakim, S.H.I. M.M.A

Dekan
Fakultas Agama Islam

Ketua Program Studi
Pendidikan Agama Islam

Prof. Dr. K. Geronzi, M.Si

Azhar Mutaqqin, M.Ag

SKRIPSI

AULIYAAUL HIKMAH FITROTULLAULY

201410510311102

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari/tanggal, Sabtu/ **6 Oktober 2018**
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
di Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua / Penguji : Yunan Syaifullah, S.E, M.Se
Sekretaris / Penguji : Rahmad Hakim, S.H.I, M.M.A
Penguji : Drs. Agus Purwadi, M.Si
Penguji : Yulis Nurul Aini, M.B.A

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Auliyaaul Hikmah Fitrotullaily
NIM : 201410510311102
Fakultas/Jurusan : Agama Islam/Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi atau karya ilmiah yang berjudul:

Analisis faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen kue di Malang (Studi Perilaku Konsumen Makobu Cake).

1. Bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil tulisan karya ilmiah atau skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan hak bebas royalti noneksekusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Malang, 10 Januari 2019

Yang menyatakan



Auliyaaul Hikmah Fitrotullaily
NIM. 201410510311102

MOTTO

**TAK SELAMANYA LANGIT ITU KELAM, SUATU SAAT AKAN CERAH JUGA
HIDUPLAH DENGAN SEJUTA HARAPAN
HABIS GELAP TERBITLAH TERANG
-RHOMA IRAMA-**



KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur Alhamdulillah, akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Kue di Malang (Studi Perilaku Konsumen Makobu Cake)”. Tugas akhir skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.

Bersamaan dengan ini, dengan hati yang tulus perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua dan juga kedua saudara kandung saya yang selalu mendoakan, menjadi semangat dan juga alasan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas curahan kasih sayang dan juga dukungannya baik secara moril ataupun materi kepada saya selaku anaknya selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Prof. Dr. Tobroni, M.Si. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Azhar Muttaqin, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Yunan Syaifullah, S.E., M.Sc. selaku pembimbing 1 yang telah berkenan untuk meluangkan waktu dan memberi masukan, tambahan ilmu dan juga memberi solusi selama proses penulisan tugas akhir skripsi ini.
6. Rahmad Hakim, S.HI., M.M.A yang telah sabar serta selalu memberi motivasi dan semangat yang sangat bermanfaat dalam membimbing pengerjaan tugas akhir hingga skripsi ini terselesaikan.
7. Teman-teman kelas ekonomi syariah C yang selalu memberi semangat baru untuk sama-sama menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dan juga Sahabat-sahabat saya Akhirulana Ega, Amelia Famella, Fauzia Rahma, Nimas Rizka, Nur Cahyati Dwi, Roulita Firda, Tiara Maheswari dan Zahria Nurul Aini yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi dan juga hiburan selama penulisan skripsi ini.

8. Ahmad Cumaidi Tarmizi yang telah mengajari saya mengolah data tugas akhir skripsi ini kedalam SPSS.
9. Teman kos saya Fevilia Suwandayani, Zurienia Mimi Bibi Yana, Iskharul Babdillah, Vina Amalina dan juga Gita Septiana yang selalu menemani dan menegur saya saat malas mengerjakan tugas akhir skripsi ini.
10. Zaky Fadli selaku teman dekat saya yang selalu memberikan semangat dan juga sebagai mood booster dalam penulisan skripsi ini meskipun dari jauh.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Batasan penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Landasan Teori	10
1. Konsumen.....	10
2. Perilaku Konsumen	10
3. Perilaku Konsumsi dalam Islam.....	14
4. Merk (Branding)	16
5. Lokasi	18
6. Minat Beli Konsumen	19
7. Keputusan Pembelian Konsumen	20

C. Kerangka Konseptual	21
D. Kerangka Berpikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	24
B. Definisi Operasional Variabel	25
C. Populasi dan Sampel	26
D. Skala Pengukuran	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Instrumen Penelitian	28
1. Uji Validitas.....	28
2. Uji Reliabilitas	28
G. Teknik Analisa Data	29
1. Analisis Deskriptif	29
2. Analisis Regresi linear berganda	30
H. Uji Hipotesis	32
1. Uji Parsial (Uji T).....	32
2. Uji Simultan (Uji F)	32
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	32
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	33
A. Gambaran Umum Makobu Cake	33
B. Gambaran Umum Responden	34
C. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	36
1. Uji Validitas.....	36
2. Uji reliabilitas	37
D. Hasil Analisis Data	37
1. Distribusi Jawaban Responden.....	37
2. Regresi Linier Berganda	40
E. Hasil Uji Hipotesis	42
1. Uji T (parsial)	42
2. Uji F (Simultan)	43
3. Uji Koefisien determinasi (R^2)	43

F. Pembahasan.....	44
1. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Minat Beli.....	44
2. Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Minat Beli	45
3. Pengaruh Faktor Psikologi terhadap Minat Beli	45
BAB V KESIMPULAN SARAN.....	47
A. Kesimpulan	47
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik yang datang ke Kabupaten Malang tahun 2010 – 2016	3
Tabel 3.1 Skala Likert	27
Tabel 3.2 Rentang Skala Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologi	39
Tabel 4.1 Tabulasi Hasil Uji Validasi	36
Tabel 4.2 Tabulasi Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Sosial	38
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Pribadi	39
Tabel 4.5 Rentang Skala Variabel Faktor Sosial	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis Uji T	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis Uji F	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis Uji Koefisien Regresi	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	23



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	34
Diagram 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	35
Diagram 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	53
Lampiran 2 Penilaian Kuisisioner	56
Lampiran 3 Reliability	60
Lampiran 4 Regression	64



DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Sayyid Ahmad al-Hasyim. (2000). *Muhtasor Ahaadist An-nabawi*. Jeddah: Maktabah daar Ihyaul kutub al-Arobiyah.
- Azwar, Saifudin. (2010). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Karya.
- Djarwanto. (1996). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, D. dan C. Liana. (2004). *Analisis Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen Decission Model*. Jurnal ekonomi perusahaan.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghazali, Imam. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gilarso, Gieles. (1991). *Pengantar Ilmu Ekonomi II*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, Adimarwan A. (2007). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. (1996). *Marketing*. Jilid 1 (edisi bahasa inonesia dari marketing essentials). Diterjemahkan oleh: herujati purwoto. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kuncoro, Mudrajad. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, Prabu. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

- Mehta, Abilasha. (1994). *How Advertising Response Modelling (ARM) can Increase Ad Effectiveness*; Journal of Advertising Research, vol 34, p.62
- Sangadji, Etta Mamang., Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, Uma. (2013). *Metode penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba 4.
- Sugiyono. (2001). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 1. Bandung: Alfabeta
- Sukandarrumdi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sumarwan, Ujang. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunarti. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone," Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.50 No.6
- Suparmoko, M. (2009). *Pengantar Ekonomika Makro*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swasta, Basu., dan Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Thamrin, Abdullah. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Ujianto, Abdurrachman. (2004). *Analisis faktor-faktor yang menimbulkan kecenderungan minat beli konsumen daring di jawa timur*.
- Xian, Gou Li. 2011. *Corporate Product and User Image Dimensions and Purchase Intention*. Journal of Computers, (6)9: 1875 1879.